

# Hype of hart?

**Bedrijfsfitness, een topsporter uitnodigen voor een praatje, gezonde voeding in de kantine? Het zijn veelal populistische en fractionele oplossingen, waarmee je niet structureel werkt aan vitaliteit in je organisatie-DNA, zo vindt Wessel Berkman, oprichter van The Brown Paper Company. “Met onze aanpak, kom je van managementhype naar de harten van de medewerkers.”**

The Brown Paper Company helpt organisaties om zichzelf te verbeteren. Zo wordt onder meer gewerkt aan meer winstgevendheid, kwaliteitsverbetering en kostenverlaging. In 2014 heeft Management Team The Brown Paper Company uitgeroepen tot nr. 1. organisatieadviesbureau van Nederland. Sinds vijf jaar biedt The Brown Paper Company ook aan om de mentale en fysieke fitheid in de organisatie te verbeteren. Samen met Charly Green is een methode ontwikkeld om mentale en fysieke fitheid in het DNA van de organisatie te krijgen. “Doe je het niet structureel, dan laat je echt iets liggen, vindt Berkman. “Stel dat mijn medewerkers 10% fitter zijn dan die van de concurrent. Welk effect zou dat hebben?”

## Bewustwording

Het antwoord is duidelijk, maar de vraag is: hoe krijg je mensen meer fit? Niet alleen door een fitnessruimte in te richten, vindt Berkman. “Als jij overgewicht hebt, ga je niet in je sportpakje tussen je collega’s staan. Dit soort oplossingen zitten niet in het hart van de mensen en het management voelt zich er niet verantwoordelijk voor. Daarom hebben wij een pragmatische en bewezen methode ontwikkeld om eerst bewustwording te creëren en te kijken welke thema’s er leven. Pas daarna ga je kijken naar passend aanbod met de juiste producten en diensten. Zo krijg je oplossingen die gedragen worden in de organisatie.” Wat zou dat voor uw organisatie betekenen?

## De aanpak

The Brown Paper Company organiseert samen met Charly Green sessies voor management, HRM en voor uitvoerende medewerkers. Berkman legt uit hoe dat gaat: “De eerste vraag bij de managers is: welke thema’s op het gebied van mentale en fysieke fitheid denk je dat hier spelen? Soms is er overeenstemming, soms juist niet. Dat is al interessant om te zien. Vervolgens stellen we de ‘latente’ pijnvragen. We leggen zaken uit het bedrijf voor en vragen: hoe herken je dit? Vorige week waren we bij een productiebedrijf. We hadden onderzoek gedaan in het bedrijfsrestaurant naar de afname van snacks. Alle managers wisten dat er gesnackt werd, maar ze vielen van hun stoel toen bleek dat er dagelijks gemiddeld vier snacks per persoon werden gegeten. Dat noemen we ‘latente’ pijn. Hebben we ook deze verborgen thema’s in beeld, dan kijken we nog naar thema’s die kunnen gaan spelen, zoals oudere medewerkers. Wat kun je daar nu al aan doen?”

## Gesprek

Met deze sessies worden de ogen van de managers geopend. Vervolgens is het belangrijk dat de managers hierover het gesprek aangaan en de beste uitdagende vragen stellen om bewustwording te creëren. In het productiebedrijf dat ik net noemde, rookt 60% van de medewerkers en 70% heeft overgewicht. Hoe maak je dat duurzaam bespreekbaar? Dit vraagt structuur en skills, zoals motivational interviewing. Charly Green verzorgt hierin trainingen. In mijn ogen moet een manager twee dingen goed kunnen: prikkelen en inspireren én geen concessies doen op gemaakte afspraken.

Met die twee vaardigheden kun je ook leefstijl bespreken. Je start met: hoe gaat het met je? Daarna stel je nog een aantal dieperliggende uitdagende vragen en krijg je een gesprek op gang. Veel managers komen er niet toe of zijn bang voor de antwoorden, maar hier ligt veel inzicht en potentieel. Als je dat benut, is het management wat het moet zijn: een investering om je organisatie beter te maken.”

## Uitvoerders

Parallel aan de sessie voor managers, wordt uitvoerende medewerkers in een sessie gevraagd welke thema's zij zien, vertelt Berkman. “Wat maakt dat je fit bent? Dan noemen mensen zaken als een goede conditie, gezond eten, niet roken, minder stress noem maar op. Dat verschilt per afdeling. De vervolgvraag is: stel dat je op deze punten beter wordt, wat betekent dit dan voor jezelf? En voor je werk? Hierdoor zien medewerkers in dat wat goed is voor henzelf, ook goed is voor het bedrijf. De vraag is vervolgens: wat kan je werkgever hierin voor je doen? Zo bedenken de medewerkers eigenlijk zelf het programma. Dit is nuttige input voor managers en HRM. En als het zelf bedacht is, is het makkelijker te implementeren. Met deze aanpak kom je van een kortdurende vitaliteitstype met fractionele, hippe oplossingen naar een aanpak die leeft in het hart van de medewerkers.”

## Aanbod

Van alle bedrijven waar The Brown Paper Company komt, wil ongeveer een kwart de vitaliteit meenemen in het verbeterplan. Berkman: “Voor velen is het nog taboe. Zij houden het bij de fractionele oplossingen. Dat is ergens ook wel logisch, want de markt van vitaliteit is heel product- en aanbodgericht. Er zijn denk ik wel 70.000 bedrijven en freelancers die iets aanbieden op het gebied van duurzame inzetbaarheid. Zij praten allemaal vanuit hun eigen product en dienstverlening. Het zijn ‘productpushers’ en in mindere mate brede bewustwordingsbedrijven, zoals wij. Wij zijn onafhankelijk en luisteren. Pas als de echte behoefte in beeld is, komen we bij de producten. Deze zoeken we samen met de opdrachtgever.”

## Fitheid

Een bedrijf dat aandacht voor vitaliteit in de harten van de medewerkers heeft, praat niet meer over verzuim maar over fitheid, vindt Berkman. “Charly Green heeft een instrument om deze vitaliteit te meten. Dat zegt veel meer over je organisatie dan verzuim. Want verzuimcijfers gaan alleen over mensen die zijn uitgevallen en hierin is het grijs verzuim niet meegenomen. Dit zijn de mensen die naar hun werk komen, maar zichzelf thuislaten. Dat gebeurt veel en dat is een ontzettend interessant gebied om aan te pakken. Als je daar een cultuurverandering kunt bereiken, ligt daar een enorm potentieel. Je maakt het ongrijpbare grijpbaar, dat is de kunst.” Wat is de winst met leefstijl in het organisatie-DNA binnen uw organisatie? Voor een eerste inzicht: doe de ‘vitaliteit in je organisatie DNA’ toets in een paar uur met je managementteam.

Wessel Berkman is de oprichter van verbeterbureau The Brown Paper Company en The Brown Paper Network, gekozen in tot de nr. 1 verbeterorganisatie door Management Team. Wessel schrijft managementboeken en is een veelgevraagd uitdager / spreker. Zijn laatste boek is De Brown Paper Methode. Daarnaast is hij oprichter van Nintes, platform voor toekomstige bestuurders.

Dit interview is in opdracht van Menzis geschreven door Silvia Kooij.



*Versnelling in verbinden, verbeteren & resultaat*